

EDITORIAL

GESTIONAR LAS COMUNIDADES VIRTUALES Y LAS REDES SOCIALES HOY

MANAGING VIRTUAL COMMUNITIES NETWORKS AND TODAY

Dr. José Antonio Ortega Carrillo
(Director/Editor)

La red Internet se ha conformado entorno de relación privilegiada donde acontecen interacciones y compromisos que permiten la construcción del sentido de comunidad.

Las comunidades virtuales que interactúan en la red de redes se constituyen por grupos de personas que comparten valores, conductas, ilusiones e intereses, compartiendo experiencias y opiniones usando herramientas comunes de comunicación digital textual, sonora y audiovisual.

Se trata de grupos de individuos que voluntariamente se asocian con un fin común asumiendo compromisos por todos y cada uno de sus integrantes que llegan a establecer relaciones emocionales y en muchos casos de intereses, aficiones y gustos, llegando a construir frecuentemente jerarquías específicas en cada comunidad.

Comunidad *online* y comunidad virtual son pues sinónimos alusivos a ciber-espacios donde la ciber-ciudadanía se reúne para dar y recibir información, prestarse apoyo mutuo, inter-aprender o encontrar compañía. La interacción, y los sentimientos de pertenencia comunitaria, son generados desde un tipo concreto y distintivo de economía denominado "social". Este sentimiento de pertenencia surge desde la confianza mutua y del cultivo de afectos mutuos, sin olvidar la importancia de la convergencia de intereses y de resultados esperados en la propia comunidad. En muchos casos las comunidades crean conocimiento y desde estos procesos surge tanto la solidaridad de sus creadores como la satisfacción por la obra bien hecha, factores que cohesionan y dan vida a la propia comunidad, asegurando su supervivencia.

El termino *comunidad* tiene pues connotaciones descriptivas, normativas e ideológicas y abarca dimensiones materiales y simbólicas, por lo que al conceptualizarlas es necesario prestar atención a las componentes ideológicas, religiosas, axiológicas y técnicas, entre otras.

Al igual que en el mundo analógico, una comunidad virtual suele tener una estructura, unas personas que la gestionan, una organización interna, un lazo que las une, por lo que existen diversos perfiles referidos a la tarea de *facilitador*. Se trata de una persona responsable de la estimular la interacción en línea y conectar a los miembros de la comunidad animando a la participación, facilitando el debate y los comentarios y aportando eventos y actividad para estimular a los miembros de la comunidad.

Este perfil fue precursor del actual *community manager*, un profesional que asume el papel de facilitador de la comunidad y que trabaja para que las comunidades fomentadas por las organizaciones se mantengan activas, ganen seguidores y disfruten en sus interacciones.

Recientemente se ha defendido una interesante tesis doctoral titulada “*La formación especializada del community manager en el ámbito del estado español: análisis y propuestas*”, primera de su género que se realiza en el conjunto del estado español en la que analiza el panorama de la formación de posgrado alusiva a esta figura profesional y se trazan además las líneas presentes y prospectivas de los futuros programas de formación para la gestión de comunidades virtuales y redes sociales.

En este número de Etic@net los estudios sobre comunidades virtuales y redes sociales incluidos, adquieren una especial significación y relevancia confiriéndole, sin pretenderlo, un carácter cuasi monográfico de gran interés para nuestros lectores.

Dr. José Antonio Ortega Carrillo

Director de Etic@net.org y de la Red EduSOC.org